

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul :
“Pengaruh Kualitas Produk dan Sikap Terhadap Minat Beli Produk Handphone Motorola Di Surabaya”

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spiritual maupun materiil, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Dosen dan asistennya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tuaku beserta adikku yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.3. Perilaku Konsumen	10
2.3.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.4. Kualitas Produk.....	19
2.4.1. Pengertian Kualitas Produk	19
2.5. Sikap Konsumen	22
2.5.1. Pengertian Sikap Konsumen.....	22
2.6. Minat Beli	27

2.6.1. Pengertian Minat Beli.....	27
2.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	29
2.7.1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli	30
2.8. Kerangka Konseptual	31
2.9. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	34
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	35
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	45
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1. Penyebaran Kuisioner	45
4.2.2. Keadaan Responden	46
4.3. Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	47
4.3.1. Uji Outlier	47
4.3.2. Uji Reliabilitas	48
4.3.3. Uji Validitas	49
4.3.4. Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	50
4.4. Structural Equation Modelling	52

4.4.1. Evaluasi Model One – Step Approach to SEM	52
4.4.2. Uji Hipotesis Kausalitas	54
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
4.5.1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli	55
4.5.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2. Identitas Responden Menurut Usia	46
Tabel 4.3. Hasil Uji Outlier Multivariate	48
Tabel 4.4. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.6. Construct Reliability & Variance Extrated.....	51
Tabel 4.7. Assessment of Normality.....	52
Tabel 4.8. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeces	54
Tabel 4.9. Data Uji Kausalitas.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Model Pengukuran dan Struktural.....	53
--------------------------------------------------	----

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SIKAP TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANDPHONE MOTOROLA DI SURABAYA

Rizky Darma Yudhistira

ABSTRAK

Sikap seseorang terhadap atribut produk dapat berbeda-beda karena keyakinan atau kepercayaan konsumen serta evaluasi terhadap atribut yang dimiliki produk tersebut. Disamping itu masih ada faktor lain yang turut berpengaruh yang pada akhirnya akan menentukan minatnya membeli suatu produk. Pada umumnya konsumen bersedia untuk membeli apabila produk sesuai dengan harapan mereka, ketika akan mengkonsumsinya. Konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk tertentu bila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Berdasarkan uraian di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan sikap terhadap minat beli produk handphone Motorola Di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah calon pembeli produk handphone Motorola di Surabaya. Untuk penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Non Probability sampling yaitu dengan aksidental Sampling yaitu penarikan sampel secara kebetulan konsumen yang hendak membeli handphone Motorola di Surabaya. Karena terdapat 23 indikator maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 115 responden Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM).

Setelah melakukan penelitian, pengumpulan dan menganalisis terhadap data-data yang telah diperoleh dari responden, maka kesimpulan dan saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah didapatkan bahwa : Faktor Customer Attitude tidak berpengaruh terhadap Faktor Purchase Intention. Faktor Product Quality tidak berpengaruh terhadap Faktor Purchase Intention..

Keywords : kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, manusia membutuhkan berbagai macam kemudahan dalam melakukan aktifitas mereka baik dalam aktivitas bisnis maupun pribadi, terutama dalam hal berkomunikasi. Telepon merupakan salah satu media atau alat komunikasi yang memudahkan kita untuk berkomunikasi antara yang satu dengan yang lain. Seiring dengan berjalannya waktu, akhir-akhir ini penjualan telepon genggam atau yang sering kita sebut sebagai ponsel telah meningkat cukup signifikan. Sebagian besar orang beranggapan bahwa tanpa ponsel mereka tidak dapat melakukan aktifitas mereka sehari-hari dengan mudah. Telepon genggam atau ponsel merupakan salah satu alat komunikasi yang banyak diminati oleh banyak kalangan masyarakat di Indonesia, baik kalangan menengah ke bawah maupun kalangan menengah ke atas. Saat ini, ponsel tidak lagi tergolong barang mewah, karena hampir setiap penduduk di kota-kota besar di Indonesia memilikinya. Ponsel pertama kali di luncurkan di Indonesia masih dengan harga yang relatif mahal. Waktu itu , ponsel hanya berfungsi sebatas sebagai sarana untuk berkomunikasi dan mengirim pesan.

Pada saat itu, teknologi seperti itu sudah tergolong canggih sehingga harga yang ditawarkanpun juga relatif tinggi. Namun seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi yang begitu pesat saat ini, telepon genggam dengan teknologi atau fitur semacam itu dapat kita beli dengan harga 3 atau bahkan 10 kali lipat lebih murah.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.

Karena itu, minat beli ponsel dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti inovasi-inovasi yang ditawarkan dalam ponsel tersebut dan faktor kelompok referensi yang memberikan masukan-masukan dalam pertimbangan minat beli. Tetapi ada juga masalah yang mempengaruhi kedua faktor itu seperti masalah dalam inovasi-inovasi yang ada pada ponsel: 1. Teknologi yang ada pada ponsel tersebut harus bisa membantu kita dalam melakukan aktifitas sehari-hari. 2. Dengan teknologi yang mendukung juga bentuk dari telepon genggam tersebut tidak terlalu rumit dan besar tapi sesuai dengan dengan isi dari fitur telepon genggam tersebut 3. Antara bentuk dan teknologi kadang-kadang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Sikap seseorang terhadap atribut produk dapat berbeda-beda karena keyakinan atau kepercayaan konsumen serta evaluasi terhadap atribut yang dimiliki produk tersebut. Disamping itu masih ada faktor lain yang turut berpengaruh yang pada akhirnya akan menentukan minatnya membeli suatu produk. Dalam penelitian ini sikap merupakan faktor yang mendapatkan perhatian dari peneliti, karena sikap merupakan faktor yang tepat untuk memprediksi atau

meramalkan perilaku konsumen dimasa yang akan datang. Jadi dengan mempelajari sikap konsumen diharapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Mengawali tahun 2010 nasib Motorola masih berada di ujung tanduk. Pada tahun 2010 ini, pabrikan asal Amerika ini hanya berhasil menjual 8.5 juta unit di seluruh dunia, dengan hampir seperempatnya merupakan smartphone, di mana sekarang praktis hanya smartphone dengan OS Android-lah yang jadi andalannya. Kerugian juga masih diderita, tetapi nilai kerugiannya mulai menurun dibanding tahun sebelumnya. Yang mengejutkan, Apple ternyata berhasil menjual sebanyak 8.8 juta ponsel iPhone, yang berarti mengungguli jumlah penjualan Motorola. Dan inilah untuk pertama kalinya Motorola terlempar dari posisi 5 besar, serta di lain pihak ini juga menjadi kali pertama bagi Apple untuk berada di 5 besar.

Berikut dapat dilihat data penjualan untuk setiap vendor handphone di pasaran dalam tahun 2008 -2010, sebagai berikut:

Tabel 1. Peringkat Vendor Handphone 2008-2010

Merk	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010
	Dalam jutaan	Dalam jutaan	Dalam jutaan
Nokia	101.60	120.1	107.8
Samsung	55.50	60.8	64.3
LG	26.50	30.1	27.1
RIM	-	8.1	10.6
Sony Ericson	9.90	10.3	10.5
apple	-	5.8	8.8
Motorola	10.90	9.9	8.5
Total	204	245	229

Sumber: Mobile Technology, Entertainment & Lifestyle Blog,2010

Berdasarkan tabel di atas terlihat dengan jelas bahwa Motorola terlempar dari lima besar vendor HP, nampaknya Motorola pesimistis untuk tahun ini, penurunan tersebut dapat di mungkinkan karena faktor-faktor antara lain:

1.kualitas produknya. 2. sikap konsumen sehingga dapat memungkinkan seseorang kurang berminat dalam membeli produk tersebut. Berdasarkan uraian di atas bahwa minat beli konsumen sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Menurut Mowen (2007) efek hirarki minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (beliefs). Sikap (attitudes) dan perilaku (behavior) yang merupakan tahap pemrosesan informasi. Keyakinan menunjukkan pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat dan obyek (dengan mengevaluasi informasi), sementara itu sikap mengacu kepada perasaan atau respon efektifnya.

Sikap dan kepercayaan terhadap suatu produk merek sebagai salah satu faktor lingkungan internal, dapat mempengaruhi seseorang mengambil keputusan membeli produk. Sikap konsumen merupakan respon atau penilaian yang diberikan konsumen secara konsisten, konsekuen, menguntungkan atau tidak menguntungkan, positif atau negatif, suka atau tidak suka, setuju atau tidak terhadap suatu obyek dari gambaran di atas menunjukkan bahwa terdapat alasan yang kuat dalam tingginya minat membeli telepon seluler. Rendahnya sensitivitas responden terhadap harga, kualitas produknya juga menunjukkan bahwa merek menjadi prioritas utama dalam menentukan pilihan diantara telepon seluler yang beredar di pasar. Namun demikian perlu dikaji dalam suatu penelitian yang mendalam mengenai variabel- variabel yang berpengaruh kuat dalam membeli.

Kualitas dapat dinyatakan sebagai sebagai harapan dan persepsi para konsumen yang sama baiknya dengan kinerja yang sesungguhnya. Kualitas produk harus sesuai dengan yang dijanjikan oleh semua kegiatan dalam bauran pemasaran. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Budiyono, Bernard NM (2007) menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan antecedent yang berpengaruh terhadap minat beli.

Pada umumnya konsumen bersedia untuk membeli apabila produk sesuai dengan harapan mereka, ketika akan mengkonsumsinya. Sesuai dengan pendapat Parasuraman (2001), konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk tertentu bila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Sikap Terhadap Minat Beli Produk Handphone Motorola Di Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk handphone Motorola di Surabaya ?
2. Apakah Sikap berpengaruh terhadap minat beli produk handphone Motorola di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat disusun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk handphone Motorola di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap minat beli produk handphone Motorola di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi ilmu pengetahuan

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh kualitas produk dan sikap terhadap minat beli dan bermuara pada keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi tambahan untuk penyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan kualitas produk, serta peningkatan inovasi di setiap produknya agar dapat diminati oleh masyarakat.

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SIKAP
TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANDPHONE
MOTOROLA DI SURABAYA

Yang diajukan

RIZKY DARMA YUDHISTIRA
0712010215 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SIKAP TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANDPHONE MOTOROLA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

RIZKY DARMA YUDHISTIRA
0712010215 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2011

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SIKAP
TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANDPHONE
MOTOROLA DI SURABAYA

Yang diajukan

RIZKY DARMA YUDHISTIRA
0712010215 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SIKAP
TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANDPHONE
MOTOROLA DI SURABAYA

Disusun Oleh:

RIZKY DARMA YUDHISTIRA
0712010215 / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 24 Februari 2012

Pembimbing Utama :

Tim Pengguji :
Ketua

Drs. Ec. Supriyono MM

Dr. Muhadjir, MM
Sekretaris

Drs. Ec. Supriyono MM
Anggota

Dra. Ec. Dwi Widajati, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389